

A Study of Intellectual Movements of Corporate Social Responsibility in Iran's Accounting Journals (2016-2020)¹

Yaser Sadeghi¹ , Mojgan Safa²

¹ Ph.D. Student, Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran.
yasersadeghi0181@gmail.com

² Assistant Professor, Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran
(Corresponding author). mojgansafa@gmail.com

Abstract

Purpose: Recognition of different aspects of corporate social responsibility is increasingly important. Therefore, knowing previously researched issues in this regard is considered as an unavoidable necessity for future studies. The main purpose of the present study is to review the content of published scientific papers in this term, gain more knowledge about social responsibility, and find out the research gaps in this regard.

Method: In the present research, content analysis, that is a qualitative method to analyze and identify previous research works during a five-year period from 2016 to 2020, was used. Ultimately, among 2372 scientific papers published in this regard, 68 articles in 16 specialized accounting journals with the keyword of social responsibility were chosen for analysis.

Findings: The results showed that 38 articles out of 68 ones under review have dealt with economic impacts of social responsibility on corporate financial performance. Although the number of articles published in terms of the social aspect of this issue is less than those about economic aspects, the former with 12 subcategories has a more extensive thematic range compared to the latter. The percentage of social responsibility studies compared to all published articles is 2.87%. The main application of the findings in this paper is classification of the previously conducted research articles that is useful to find the gaps in terms of corporate social responsibility.

Conclusion: Despite proved positive impacts of corporate social responsibility on the betterment of financial and non-financial performance of organizations in many internal and external research studies, lack of a unified standard for to report social responsibility on the one hand, and arbitrary behavior of directors to report social and environmental activities on the other hand, have made the information in this term less sufficient and as a result, research about social responsibility faces some challenges.

Keywords: Social Responsibility, Scientific Article, Content Analysis, Qualitative Method, Ira's Accounting Journals, Corporate Social Responsibility (CAR), Intellectual Movement.

<http://sebaa.journal-qom-iaiu.ac.ir/>

1. **Received:** 2022/09/28 ; **Revised:** 2022/11/07 ; **Accepted:** 2022/12/12 ; **Published online:** 2022/12/21

© the authors

Publisher: Qom Islamic Azad University



توصیف جریان فکری مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکتی در نشریات حسابداری ایران (طی دوره ۱۳۹۹-۱۳۹۵)^۱

یاسر صادقی^۱، مژگان صفا^۲

^۱ دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. yasradesghii0181@gmail.com

^۲ استادیار، گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران (نویسنده مسئول). mojgansafa@gmail.com

چکیده

هدف: شناخت ابعاد گوناگون مسئولیت اجتماعی شرکتها از اهمیت روزافزونی برخوردار است. بنابراین، دانستن مسائل پژوهش شده پیشین ضرورتی اجتنابناپذیر برای مطالعات آینده می‌باشد. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی محتوای مقاله‌های علمی منتشر شده و کسب آگاهی بیشتر پیرامون مبحث مسئولیت اجتماعی و همچنین تبیین خلاءهای پژوهشی در این خصوص است.

روش: در پژوهش پیش‌رو، از تکنیک تحلیل محتوا که روشی کیفی برای تحلیل و شناسایی ابعاد و حوزه‌های مطالعاتی پیشین است، طی بازه زمانی پنج ساله (۱۳۹۵-۱۳۹۹) استفاده شد و در نهایت از بین ۲,۳۷۲ مقاله علمی انتشار یافته، تعداد ۶۸ مقاله در ۱۶ نشریه اختصاصی رشته حسابداری، با کلیدواژه مسئولیت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی جهت تجزیه و تحلیل، انتخاب شدند.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که ۳۸ مورد از ۶۸ مقاله مورد بررسی، به بررسی اثرات اقتصادی، مبنی بر اینکه ایفاء مسئولیت اجتماعی می‌تواند بر عملکرد مالی شرکتها اثرگذار باشد، پرداخته‌اند. این در حالی است که سهم تعداد مقاله‌ها در بُعد اجتماعی ایفاء مسئولیت اجتماعی، اگرچه کمتر از مقاله‌های منتشر شده در بُعد اقتصادی بوده، اما در گستردگی موضوعی با داشتن ۱۲ مقوله فرعی، دارای سهم بیشتری نسبت به بُعد اقتصادی است. سهم مطالعات مسئولیت اجتماعی نسبت به کل مقاله‌های انتشار یافته ۲,۸۷٪ است. کاربرد اصلی این یافته‌ها در ارائه طبقه‌بندی شده پژوهش‌های قبلی بوده و برای شناساندن خلاءهای مطالعاتی در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی مفید است.

نتیجه‌گیری: علی‌رغم تأثیرات مثبت و اثبات شده نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها بر بهبود عملکردهای مالی و غیرمالی سازمانها در بسیاری از پژوهش‌های داخلی و خارجی، نبود استاندارد واحد برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی از یک‌سو و رفتار سلیقه‌ای مدیران شرکتها در گزارش فعالیت‌های اجتماعی و زیست محیطی از سوی دیگر سبب شده تا کمبود اطلاعات در این خصوص ایجاد شده، که در نتیجه پژوهش در زمینه مسئولیت اجتماعی را با دشواری‌هایی همراه ساخته است.

کلیدواژه‌ها: مسئولیت اجتماعی، مقالات علمی، نشریات علمی، تحلیل محتوا، روش کیفی، نشریات حسابداری ایران، مسئولیت اجتماعی شرکتی، جریان فکری.

۱. **استاد به این مقاله:** صادقی، یاسر؛ صفا، مژگان (۱۴۰۱). توصیف جریان فکری مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکتی در نشریات حسابداری ایران (طی دوره ۱۳۹۹-۱۳۹۵). *مطالعات اخلاق و رفتار در حسابداری و حسابداری*، ۲(۲)، ص ۶۳-۸۶.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۶؛ **تاریخ اصلاح:** ۱۴۰۱/۰۸/۱۶؛ **تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۱/۰۹/۲۱؛ **تاریخ انتشار آنلاین:** ۱۴۰۱/۰۹/۳۰

۱. مقدمه

شرکت‌ها، که از اجتماع انسان‌ها موجودیت می‌گیرند، متعهد به ایفای سلسله وظایفی هستند تا بدان وسیله حضور مسالمت‌آمیز خود را در قبال اجتماع توجیه کرده و به تعهدات خود نسبت به جامعه هدف به مثابه نوعی قرارداد اجتماعی که میان جامعه و سازمان وجود دارد، عمل کنند. در واقع مسئولیت اجتماعی، به مجموعه این تعهدات سازمانی، که نسبت به محیط پیرامون شرکت و جامعه وجود دارد، اطلاق می‌شود. همچنین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوعی جدید در ادبیات و پژوهش‌های حسابداری به‌شمار رفته و از جنبه‌های مختلف توسط سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران، مدیران و محققان مورد توجه قرار گرفته است. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نه تنها در شرکت‌های بزرگ انجام می‌شود، بلکه امروزه برای بسیاری از شرکت‌ها، امری ضروری به نظر می‌رسد. از زمانی که ارتباط بین نقش‌های اجتماعی، سیاسی، محیط زیستی و اقتصادی در تجارت رو به افزایش گذاشته است، سازمان‌ها با پویایی‌های جدیدی مواجه شده‌اند. چالشی که سازمان‌ها با آن روبرو هستند، این است که آنها باید همزمان به افزایش سودآوری و پاسخ‌گویی به انتظارات اجتماعی جدید و سپس مدیریت همزمان این دو پیامد به ظاهر متناقض که نیازمند توسعه استراتژی‌های کاربردی است و اثرات مثبتی هم بر جامعه و هم بر سازمان دارد، دست یابند. پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی و توجه به همه ذی‌نفعان در سطح سازمان، از جمله سازوکارها و راهبردهای موثر در این خصوص است. در واقع امروزه سازمان‌ها علاوه بر انجام وظایف سنتی خود، به انجام فعالیت‌های دیگری نیز مکلف شده‌اند، که هدف این فعالیت‌ها، پاسخ‌گویی به انتظارات جامعه و سطح گسترده‌تری از ذی‌نفعان است.

با این توصیف، موضوع و مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در چند سال اخیر با توجه به رشد سازمان‌های غیردولتی، کمپین‌های اعتراضی علیه قدرت و نفوذ سیاسی شرکت‌ها، افزایش آگاهی اجتماعی، توسعه بازارهای سرمایه، گسترش شرکت‌های سهامی عام و رسوایی‌های مالی و اخلاقی شرکت‌های بزرگ، به پارادایم مسلط و غالب در فضای اداره شرکت‌ها تبدیل شده است (اصلائی، خدابخشی و حسین‌پور، ۱۳۹۳). مسئولیت اجتماعی دارای ابعاد گوناگونی می‌باشد که بوسیله محققان دانشگاهی مورد بررسی قرار گرفته است، به طوری که آنان درصدد کشف ابعاد تاثیرگذار بر روابط اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها برآمده و برآیند این واکاوی‌ها، شناسایی ابعاد گوناگونی همچون تاثیرات عملکرد اجتماعی سازمان بر عملکرد اقتصادی آن، تاثیرگذاری بر کیفیت گزارشگری، چرخه عمر سازمان، افزایش ارزش شرکت و مواردی از این دست می‌باشد که به برخی از آن‌ها در بخش پیشینه پژوهش اشاره می‌شود. پژوهش حاضر از حیث جریان فکری مطالعات صورت

گرفته و رویکرد کلی پذیرش مسئولیت اجتماعی در ایران، از سه گروه اصلی رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی برای جمع‌گرایشات مختلف مطالعات صورت گرفته پیرامون اثرات اجرای مسئولیت اجتماعی بهره برده است.

مسئولیت اجتماعی همواره بر مسئولیت و پاسخ‌گویی به عنوان اساس رفتار آن در اجتماع تاکید دارد. حرکت در مسیر مسئولیت اجتماعی یک عامل ضروری است که منجر به تداوم فعالیت سازمان در بلندمدت می‌گردد.

همان‌طور که پیش‌تر مطرح شد، شرکت‌ها، از اجتماع انسانی پدیدار شده و انسان نیز همواره در فرایند زندگی اجتماعی خود در تعامل با دیگران بوده و ناگزیر است به رعایت مسئولیت اجتماعی اهتمام ورزد. بر همین اساس مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها همواره بر مسئولیت و پاسخ‌گویی به عنوان پایه و اساس رفتار آن در اجتماع تاکید دارد. حرکت در مسیر مسئولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی، یک عامل ضروری و حیاتی است که منجر به تداوم فعالیت سازمان در بلندمدت می‌گردد (کلریزان‌فر و رضائی، ۱۳۹۹). با وجود اهمیت انتشار مقاله‌های علمی، تاکنون مطالعه‌ای در زمینه تحلیل محتوای مقاله‌های انتشاریافته مسئولیت اجتماعی شرکتی طی بازه زمانی پژوهش حاضر (۱۳۹۵-۱۳۹۹) در مجلات حسابداری ایران انجام نشده است. لذا، پرسش‌های اساسی در این خصوص عبارتند از اینکه: پژوهشگران حسابداری در چه حوزه‌هایی از مسئولیت اجتماعی بیشترین و کمترین تعداد مقاله را ارائه کرده‌اند؟ تلاش‌های اصلی پژوهش‌های صورت گرفته در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی شامل چه مسائلی بوده است و در چه حوزه‌هایی نیاز بیشتری به پژوهش احساس می‌شود؟

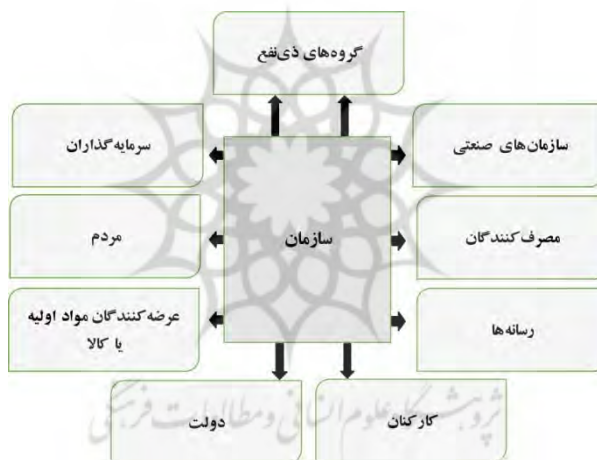
هدف اصلی این پژوهش بررسی کمی و کیفی مطالعات انجام گرفته در حوزه مسئولیت اجتماعی و پاسخ به پرسش‌های ذکر شده است تا گرایش‌های پژوهشی پژوهشگران و محتوای پژوهش‌های آنها در جنبه‌های گوناگون مسئولیت اجتماعی شرکتی روشن شود تا بدین وسیله معلوم گردد چه جنبه‌هایی در این زمینه مغفول مانده است.

لذا، در مرحله اول اقدام به جمع‌آوری، آرشیو و شمارش مقاله‌ها گردید، پس از آن، از تجزیه و تحلیل محتوای کیفی برای بررسی یافته‌های مقاله‌ها استفاده شد. درک و تحلیل پژوهش‌های صورت گرفته قبلی و پُر کردن خلاءهای پژوهشی توسط سایر پژوهشگران، باعث افزایش شناخت نسبت به مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت‌ها می‌گردد. لذا، انتظار می‌رود یافته‌های پژوهش حاضر بتواند ضمن ارائه طبقه‌بندی شده پژوهش‌های قبلی، به شناساندن خلاءهای مطالعاتی در این زمینه کمک شایانی نماید.

۲. مبانی نظری

دیدگاه‌های نظری متعددی در خصوص ایفای مسئولیت اجتماعی و گزارشگری آن، مطرح است که از مهم‌ترین آنها می‌توان به تئوری‌های مشروعیت، گروه‌های ذی‌نفع و تئوری نهادی اشاره کرد. گاهی این دیدگاه‌ها و یا تئوری‌ها را «نگرش سیستمی» می‌نامند. دیگان^۱ به نقل از گرای^۲ و همکاران (۱۹۹۶) می‌نویسد: یک نگرش سیستمی درباره سازمان و جامعه امکانی بوجود می‌آورد تا نقش اطلاعات و اعلام روابط بین سازمان‌ها، کشور، افراد و گروه‌ها را در کانون توجه قرار دهد و از دیدگاه سیستمی چنین فرض می‌شود که یک واحد تجاری و جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، بر یکدیگر اثر متقابل می‌گذارند که در نگاره (۱) این روابط به تصویر کشیده شده است (دیگان و آنرمن، ۱۳۹۰).

نمودار ۱- روابط سازمان بر مبنای دیدگاه سیستمی



(دیگان، آنرمن، ۱۳۹۰)

• اساس تئوری مشروعیت بر این اصل استوار است که هر سازمانی به طور پیوسته در تلاش است تا چنین اطمینانی به جامعه پیرامون خود بدهد که فعالیت‌های آن در درون مرزها یا محدوده‌ها و هنجارهای مشخص (تعین شده به وسیله جامعه)، قانونی و مشروع است. این مرزها و هنجارها همواره در حال تغییر بوده و از این‌رو، سازمان باید در برابر عوامل اخلاقی موجود در محیط و محل فعالیت خود واکنش نشان دهد.

• تئوری گروه‌های ذی‌نفع نیز مشابه آنچه در تئوری مشروعیت بیان می‌شود، سازمان را بخشی از یک سیستم اجتماعی بزرگ‌تر می‌پندارد، در حالی که در تئوری مشروعیت درباره انتظارات کل جامعه بحث می‌شود، در تئوری گروه‌های ذی‌نفع، با توجه به گروه‌های خاص درون جامعه (گروه‌های ذی‌نفع و ذی‌نفوذ) تصمیم مشخص‌تری گرفته می‌شود. در اصل از دیدگاه این تئوری، قدرت گروه‌های ذی‌نفوذ می‌تواند سازمان را ناگزیر سازد تا به خواست گروه‌های خاصی تن داده و انتظارات آنان را برآورده سازد.

• دیدگاه تئوری نهادی معتقد است که سازمان‌ها می‌کوشند با استفاده از سازوکارهای گوناگون، تصویری از خود ارائه کنند تا مؤید این باشد که ویژگی‌های سازمان، فعالیت‌ها و نوع عمل آنها، با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه تطبیق می‌کند و در نهایت، سازمان‌ها ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی را در خود نهادینه می‌نمایند. به بیانی دیگر، همگون‌سازی و وفق دادن با شرایط جامعه جهت مشروعیت بخشیدن به فعالیت‌های سازمان صورت می‌گیرد (دیگان و آرنمن، ۱۳۹۰).

در راستای مبانی زیربنایی تئوری‌های فوق می‌توان به مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان تعهدات شرکت‌ها نسبت به جامعه یاد کرد که بر دامنه گسترده‌ای از تاثیرات فعالیت‌های شرکت‌ها بر محیط اجتماعی و محیط زیست پیرامون آنها دلالت دارد. پیش‌تر نیز عنوان شد که مبحث مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و واحدهای تجاری-اقتصادی، موضوعی جدید در ادبیات و پژوهش‌های حسابداری به‌شمار رفته و از جنبه‌های مختلف توسط محققان مورد توجه گرفته است. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نه تنها در شرکت‌های بزرگ انجام می‌شود، بلکه امروزه به امری اجتناب‌ناپذیر برای بسیاری از شرکت‌ها مبدل شده است. از زمانی که نقش‌های اجتماعی شرکت‌ها در تجارت رو به افزایش گذاشته است، سازمان‌ها با پویایی‌های جدیدی مواجه شده‌اند. چالشی که سازمان‌ها با آن روبرو هستند این است که آنها می‌بایست به طور همزمان ضمن افزایش سودآوری، در مقابل انتظارات اجتماعی جدید پاسخگو بوده و سپس به مدیریت همزمان آن‌ها دست یابند. پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی و توجه به همه ذی‌نفعان در سطح سازمان، از جمله سازوکارها و راهبردهای موثر در این خصوص است. در واقع امروزه شرکت‌ها علاوه بر انجام وظایف اجباری خود، به انجام فعالیت‌های دیگری نیز مکلف شده‌اند، که هدف این فعالیت‌ها، پاسخ‌گویی به انتظارات جامعه و سطح گسترده‌تری از ذی‌نفعان است.

از سوی دیگر، رسوایی مالی برخی از شرکت‌های بزرگ، طی سال‌های اخیر و افزایش آگاهی نسبت به جایگاه و نقش اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها در کنار نگرانی‌ها، حول مسائلی از قبیل (کمبود منابع، صدمات محیطی، افزایش آلودگی، کیفیت محصول و حقوق کارکنان)، حرکت به

سمت مسئولیت‌های زیست محیطی و اجتماعی را سرعت بخشیده است (هاکستون و میلن^۱، ۱۹۹۶؛ گیاناراکیس^۲، ۲۰۱۳) و امروزه شاهد آن هستیم که، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، بخش جدایی‌ناپذیر ادبیات تجاری دنیا تلقی می‌شود. مسئولیت‌پذیری اجتماعی، در یک جمله به معنای بررسی تأثیر فعالیت‌های سازمان بر جامعه است و با بیکاری، فقر، آلودگی زیست محیطی و مسائل اجتماعی دیگر در ارتباط است (کاشانی‌پور و همکاران، ۱۳۹۷). همان‌گونه که محققان پیشماری اشاره نموده‌اند، با پیشرفت جوامع و توجه به حقوق بشر، افزون بر مسئولیت متداول سازمان‌ها (سوددهی)، مسئولیت شرکت‌ها در قبال جامعه و محیط نیز مورد توجه قرار گرفته است (خواجوی و اعتمادی جوریابی، ۱۳۹۴). واژه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به ظهور جنبشی اشاره دارد که به دنبال وارد کردن عوامل محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری سازمان‌ها بوده و راهبردهای تجاری-حسابداری را با اهداف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی به گونه‌ای دنبال می‌کند که برای واحد تجاری، جامعه و محیط، مفید و سودمند باشد (مک کینلی^۳، ۲۰۰۸). همچنان که تأکید می‌شود، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ادبیات و پژوهش‌های حسابداری و مالی موضوع جدیدی است و از جنبه‌های مختلف، سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران، مدیران و پژوهشگران به آن توجه کرده‌اند (فغانی، فاضلی و صفاخواه، ۱۳۹۹). مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل عملکردها، فرایندهای سازمانی و تعهدات پذیرفته شده یک شرکت در قبال اجتماع یا ذی‌نفعانش است (گالبرت، ۲۰۱۰). امروزه عملکرد یک سازمان از نظر تأثیر آن بر جامعه، عامل مهمی در سنجش عملکرد کلی سازمان و توانایی آن برای ادامه فعالیت به‌شمار می‌آید. مسئولیت‌پذیری اجتماعی فعالیت‌هایی است که به منظور پیشرفت بعضی اهداف اجتماعی انجام می‌شود که فراتر از اهداف مالی هستند (جانسون و همکاران، ۲۰۱۰).

اگرچه در ادبیات مالی و اقتصادی، مسئولیت اقتصادی کسب و کار، به خوبی از دیدگاه‌های نظری و عملی تعریف شده است، اما در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تعریف یکپارچه‌ای وجود ندارد.

لذا، درک و تحلیل پژوهش‌های صورت گرفته قبلی و پُر کردن خلاءهای پژوهشی توسط محققان، سبب افزایش شناخت مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها می‌گردد.

۳. پیشینه پژوهش

پژوهشگران رشته حسابداری در ایران خصوصاً طی یک دهه اخیر تحت تاثیر مبحث مسئولیت اجتماعی، به پژوهش‌های متعددی پرداخته‌اند و دستاوردهای ارزشمندی نیز حاصل شده که حاکی از تاثیرگذاری مثبت ایفای مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌های مسئولیت‌پذیرتر بر عملکردها و ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی آنها به نسبت شرکت‌های دارای مسئولیت‌پذیری پایین‌تر، است،

با این وجود مطالعات صورت گرفته در سطح بین‌المللی از گستردگی بیشتری برخوردار بوده و پژوهشگران مسئولیت اجتماعی به شناخت‌های بیشتری از ابعاد مرتبط با آن دست یافته‌اند. از آنجایی که هدف اصلی پژوهش حاضر تحلیل و ارائه مجموعه‌ای منسجم از پژوهش‌های صورت گرفته در نیم دهه اخیر (۱۳۹۵-۱۳۹۹) و صرفاً ایران می‌باشد، لذا سعی شده است تا در پیشینه به نمونه‌هایی از ابعاد شناسایی شده در محدوده زمانی و مکانی فوق، اشاره شود. در اینجا ذکر این مطلب ضروری است، همان‌طور که پژوهشگران و خبرگان دانشگاهی اذعان دارند، دسترسی سهل به اطلاعات به همراه شفافیت و نظارت بر گزارش‌های مالی شرکت‌های بورسی باعث شده تا غالب پژوهش‌های رشته حسابداری از این طریق انجام شود و این امر موجب ترویج پژوهش‌های کمی در بین اساتید و دانشجویان رشته حسابداری شده است که در آن سعی پژوهشگران، بررسی و تحلیل نوع اثرگذاری متغیرهای گوناگون بر زمینه مورد نظرشان است. لذا، ارائه پیشینه بر مبنای ترکیبی از پژوهش‌های کمی و کیفی خواهد بود و جهت ارائه بهتر این بخش، از دو طبقه‌بندی درونی نیز استفاده شده است، اولاً پیشینه‌ها در قالب ابعاد و مقوله‌ها فهرست‌بندی می‌شوند و دوماً به نوع روش به‌کار رفته در هر پژوهش اشاره خواهد شد.

۳-۱. پیشینه‌های مرتبط با بُعد اقتصادی

مقوله عملکرد مالی: رضائی و گلزاریان‌فر (۱۳۹۹) در پژوهشی کمی دریافتند که هرچه بازار سهام بیشتر توسعه پیدا کند، شرکت‌ها مسئولیت اجتماعی‌شان را بهتر ایفا خواهند کرد. نتایج مطالعه آنها در صنایع مختلف در بورس اوراق بهادار تهران بیانگر اثر مثبت و معنادار بین توسعه بازار سهام و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است.

مقوله عملکرد مالی: شاه ویسی، موسوی و رضایی (۱۳۹۷) در پژوهشی کمی ضمن شناسایی عوامل مؤثر و تبیین الگوی گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نشان دادند که تأثیر ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر کیفیت سود، نشان‌دهنده رابطه معنادار و مثبت ایفای

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با کیفیت سود است.

مقاله کیفیت گزارشگری: وکیلی‌فرد، ضیا و صراف (۱۳۹۹) نیز در پژوهشی کمی به بررسی افشاء مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها و تأثیرات آن بر جامعه پرداختند که بررسی تأثیر گزارشگری پایداری بر کاهش عدم تقارن اطلاعاتی نشان می‌دهد که گزارشگری پایداری با ارائه اطلاعات در سه حوزه اقتصادی، زیست محیطی و مسئولیت اجتماعی، اطلاعات مورد نیاز برای ذی‌نفعان مختلف را فراهم می‌آورد و وجود عدم تقارن اطلاعاتی میان ذی‌نفعان، منجر به ناکارایی بازار سرمایه می‌شود. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که گزارشگری پایداری در این شرکت‌ها با عدم تقارن اطلاعاتی رابطه معکوس و معناداری دارد. این بدان معناست که افزایش امتیاز گزارشگری پایداری منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و افزایش دقت پیش‌بینی مدیران می‌شود.

مقاله رتبه‌بندی: بیابانی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی کمی که به تطبیق شاخص‌های مسئولیت اجتماعی و یجنو که در شش بُعد رفتار تجاری، نظام راهبری شرکتی، مشارکت اجتماعی، محیط زیست، منابع انسانی و حقوق بشر است، دریافته‌اند که شاخص‌های افشاء شده ابعاد نظام راهبری شرکتی (هیئت مدیره و سهامداران) و رفتار تجاری (مشتریان و یکپارچگی تجاری) دارای بیشترین و بُعد اجتماعی کم‌ترین سطح افشاء در شرکت‌ها را دارند. به عبارتی شرکت‌ها به‌طور معمول گزارش‌های مربوط به قراردادهای تدارکات خرید، اطلاعات مربوط به کالاها و همچنین تعداد و نام اعضای هیئت مدیره، درصد و میزان هر یک از سهام‌داران را افشاء نموده‌اند. نتایج فرضیه‌های پژوهش حاکی از ارتباط منفی بین رتبه مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها براساس شاخص‌های مسئولیت اجتماعی و یجنو با ارزش شرکت و رابطه مثبت با عملکرد مالی در بازار بورس ایران می‌باشد.

مقاله مالیات: حساس یگانه، بولو و رضائی (۱۳۹۸) نیز در پژوهشی کمی با بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و فرار مالیاتی دریافته‌اند که مسئولیت اجتماعی شرکتی دارای تأثیر معنی‌داری بر اجتناب و فرار مالیاتی است.

مقاله عوامل و سطح افشاء: فغانی ماکرانی، صفاخواه و فاضلی (۱۳۹۹) در پژوهشی کمی دریافته‌اند که افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی براساس مدل کارول، ویلیس و لانتوس بر محدودیت‌های مالی شرکت تأثیر منفی و معناداری دارد.

مقاله نمایندگی: نمازی و جعفری (۱۳۹۸) در پژوهشی کمی نشان دادند که مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر مستقیمی بر چسبندگی هزینه‌ها دارد. افزون بر آن، هزینه نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها نیز تأثیر دارد.

مقاله چرخه عمر: رضازاده و یاراحمدی (۱۳۹۸) در پژوهشی کمی دریافته‌اند که بین مرحله بلوغ

چرخه عمر و مسئولیت اجتماعی شرکت، رابطه مثبتی برقرار است. اما برخلاف انتظار منابع مالی در رابطه بین چرخه عمر و مسئولیت اجتماعی شرکت، نقش تعدیلی ندارد و شرکت‌های بالغ جهت کسب مزایای رقابتی، بیش از سایر شرکت‌ها در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت، سرمایه‌گذاری می‌کنند.

مقوله منابع نامشهود: حاجیها و همکاران (۱۳۹۹) نیز در پژوهشی کمی به بررسی تصمیم‌های گوناگون استراتژیک سازمان‌ها برای بقاء و موفقیت پرداختند، آنها معتقدند که این امر مستلزم آن است که استراتژی‌های استفاده از منابع جهت کسب موفقیت در بازار رقابت و پذیرش مسئولیت، تا حد زیادی با هم هم‌راستا باشند. بکارگیری میزان حداقل و حداکثر منابع نامشهود به ترتیب منجر به مزیت رقابتی از نوع استراتژی رهبری هزینه و تمایز می‌شود. به عبارت دیگر، منابعی که منجر به مزیت رقابتی می‌شود، موجب عملکرد بهتر و پرداختن به ابعاد مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شود.

۲-۳. پیشینه‌های مرتبط با بُعد اجتماعی

مقوله حاکمیت شرکتی: حاجیها و شاکری (۱۳۹۸) در پژوهشی کمی بیان می‌کنند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و افشاءگری‌های مرتبط با آن عامل ضروری است که به تداوم فعالیت شرکت‌ها منتهی می‌شود. بررسی ارتباط حاکمیت شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت در شرکت‌های پذیرفته شده در بور اوراق بهادار تهران نشان می‌دهد بین معیار تمرکز مالکیت و مسئولیت اجتماعی ارتباط معنی‌داری وجود دارد، ولی بین معیار درصد سهام در دست سهامداران عمده و مسئولیت اجتماعی ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد. همچنین بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت نیز ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد.

مقوله کمیته حسابرسی: برزگر، حسن نتاج کردی و ملکی (۱۳۹۸) در پژوهشی کمی، به ضرورت وجود کمیته حسابرسی در ساختار حاکمیت شرکتی پرداخته و نگرانی‌هایی که از تأثیر شرکت‌ها بر جامعه و درباره کمیته و کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد، ضروری می‌دانند تا کمیته‌هایی نظیر کمیته حسابرسی به عنوان سازوکار نظارتی، در کاهش این نگرانی‌ها و نظارت و بهبود افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مؤثر باشند.

مقوله صنعت بانکداری: کاشانی‌پور، کاظم‌پور و اسماعیل بیگی (۱۳۹۷ ب) در پژوهشی کیفی به بررسی مسئولیت اجتماعی در صنعت بانکداری دنیا پرداختند. در نهایت، پس از مرور مدل‌ها و مطالعات این حوزه، مشخص شد که بانک‌های آمریکایی در بحث مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به

مراتب موفق تر از بانک‌های فعال در کشورهای استرالیا، انگلیس و رومانی بوده‌اند.

مقاله گزارشگری اسلامی: جهان‌شاد و حسینی‌الاص‌ل (۱۳۹۸) در پژوهشی ترکیبی (کمی و کیفی) گزارشگری مالی مرسوم را در برگیرنده همه آن چیزی نمی‌دانند که بتوان براساس آن ارزیابی درستی از رعایت آموزه‌های اخلاقی، دینی و ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در کسب‌وکار واحد تجاری به عمل آورد.

۳-۳. پیشینه‌های مرتبط با بُعد سیاسی

مقاله ارتباطات سیاسی: ایضی، برادران حسن‌زاده و نامور (۱۳۹۸) در پژوهشی کمی، به بررسی مداخله دولت و حضور اشخاص سیاسی در هیأت مدیره پرداخته و نشان دادند که مداخله‌های سیاسی می‌تواند تصمیم‌گیری شرکت و مسیر کسب‌وکار را متأثر سازد.

اگرچه مطالعات صورت گرفته به افزایش دانش و شناخت ما در برخی از ابعاد مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها می‌انجامد، اما مطالب آنها پراکنده بوده و اطلاعات آنها در یک پژوهش متمرکز بررسی نشده است. افزون بر آن، تاکنون هیچ‌گونه پژوهش تجربی به تعداد و محتوای مقاله‌های مربوط با مسئولیت اجتماعی در بازه زمانی پژوهش در نشریات حسابداری نپرداخته است و این امر به هدف اصلی پژوهش تبدیل شد تا ضمن ارائه سهم پژوهشی نشریات و تحلیل پژوهش‌های انجام شده قبلی، به تبیین خلاءهای پژوهشی در باب مسئولیت اجتماعی بپردازد.

۴. روش پژوهش

تحلیل محتوا یکی از روش‌های مهم پژوهش است که در سال‌های اخیر بیشتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. در این روش به جای مشاهده مستقیم رفتار افراد یا درخواست از آنان برای پاسخ دادن به مقیاس‌ها یا مصاحبه با آنان، پژوهشگر ارتباط‌هایی که افراد ایجاد کرده‌اند، انتخاب نموده و سوال‌هایش را در آنها جستجو می‌کند. تحلیل محتوا از تکنیک‌های مربوط به روش اسنادی در علوم اجتماعی می‌باشد.

روش اسنادی به کلیه روش‌هایی گفته می‌شود که در آنها هدف پژوهش با مطالعه، تحلیل و بررسی اسناد و متون برآورده می‌شود (خنیفیر و مسلمی، ۱۳۹۵). کریپندورف^۱ نیز تحلیل محتوا را تکنیکی پژوهشی معرفی می‌کند که به منظور استنباط تکرارپذیر و معتبر از داده‌ها در مورد متن آن‌ها بکار می‌رود. وی هدف این تحلیل را همانند سایر تکنیک‌های پژوهشی فراهم آوردن شناخت،

بیش نو، تصویر واقعیت و راهنمای عمل می‌داند. هنگامی که موضوع کار از اطلاعات ارزشمندی تهیه شده باشد، روش تحلیل محتوا بهتر از هر روش پژوهش دیگری اجازه می‌دهد دقت عمل روش شناختی و ژرف‌نگری که آسان به دست نمی‌آید، با شیوه هماهنگی برآورده شود (رضوانی، ۱۳۸۹).

در این پژوهش از مراحل زیر که از مراحل مشخص شده تحلیل محتوا توسط نئوندورف^۱ (۱۳۹۵) می‌باشد. برای تحلیل محتوای کیفی و نیل به اهداف پژوهش استفاده شده است:

۱) تعیین محتوا و علت انتخاب آن

ابتدا با عنایت به اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکتی که از مسائل جدید در کشور می‌باشد و گفتمان‌های دانشگاهی در این حوزه رو به افزایش نهاده و نیز عدم طبقه‌بندی و تحلیل محتوای مقاله‌های مرتبط با آن سبب شد تا به عنوان هدف اصلی پژوهش مد نظر قرار گیرد.

۲) تصمیم‌گیری در مورد مفهوم‌سازی

این پژوهش با هدف طبقه‌بندی و تحلیل محتوای مقاله‌های انتشار یافته در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی ایران انجام شد.

۳) تعیین واحد گردآوری داده‌ها، سطح اندازه‌گیری و نمونه‌گیری

گردآوری داده‌های این پژوهش با استفاده از روش کتابخانه‌ای و فهرست منتشر شده در پایگاه اطلاعاتی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اطلاعات^۲، فهرست ۱۹ نشریه معتبر رشته حسابداری استخراج شد، سپس با حذف نشریه دانش حسابرسی (دیوان محاسبات) و دو نشریه انگلیسی (International Journal of Finance and Managerial Accounting, Iranian Journal of Finance)، ۱۶ نشریه باقیمانده لیست مذکور (جدول ۱) در بازه زمانی پژوهش (۱۳۹۹-۱۳۹۵) بررسی شد. جهت کشف محتوای ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران با مطالعه عمیق نسبت به کشف مقوله‌های اصلی، فرعی و زیرمقوله‌ها اقدام شد.

۴) کدگذاری داده‌ها

در این مرحله ابتدا از کلیدواژه‌های مسئولیت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری برای انتخاب مقالات هدف، در پایگاه‌های الکترونیکی مربوط به نشریات استفاده شده و سپس با استفاده از فن مقوله‌ای تحلیل محتوا که از قدیمی‌ترین نوع تحلیل به‌شمار می‌رود و همچنین از نظر کاربرد بیشترین میزان

1. Neuendorf
6. Journals.msrt.ir

استفاده را دارا است، استفاده شده و بر پایه عملیات برش متن، جداسازی و طبقه‌بندی مقوله‌ها در سه دسته مقوله‌های اصلی، مقوله‌های فرعی و زیرمقوله‌ها برای استخراج ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی اقدام شد.

۵) تهیه جدول و الگوی نهایی طرح

در نهایت با تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته، در مجموع ۶۸ مقاله منتشر شده در نشریات حسابداری، مورد واکاوی قرار گرفته و محتواهای استخراج شده در سه گروه مقوله‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی دسته‌بندی شد.

با استناد به پژوهش فغانی ماکرانی، فاضلی و صفاخواه (۱۳۹۹) و دیگر پژوهش‌های صورت گرفته، که همگی مبحث مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را در ادبیات و پژوهش‌های حسابداری و مالی موضوع جدیدی می‌دانند، در پژوهش پیش‌رو جهت گردآوری اطلاعات مورد نیاز اهداف پژوهش، در باب مسئولیت اجتماعی و بررسی تعداد و محتوای مقاله‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی در بازه زمانی (۱۳۹۵-۱۳۹۹) اقدام شد تا ضمن پوشش کافی از بُعد زمانی و جامعه آماری پژوهش، نسبت به ارائه سهم پژوهشی نشریات و تحلیل محتوای پژوهش‌های انجام شده، به تبیین خلاءهای پژوهشی در این حوزه پرداخته شود.

۴-۱. جامعه آماری

در پژوهش پیش‌رو، جهت شناسایی ابعاد گوناگون مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در نشریات علمی کشور طی بازه زمانی پنج ساله، از رویکرد اکتشافی استفاده شده است. با توجه به نوپا بودن موضوع مسئولیت اجتماعی در ایران و نبود استانداردهای اجباری گزارشگری مسئولیت اجتماعی از یک سو و لزوم ایفای تعهدات اجتماعی سازمان‌ها و افزایش مطالبه‌گری اجتماع نسبت به این موضوع در طی چند سال اخیر از سوی دیگر، بنابر این شد تا ماحصل پژوهش‌های آکادمیک پیرامون مسئولیت اجتماعی و ابعاد گوناگون مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها، با یک شیوه تقسیم‌بندی جدید، با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوا شناسایی و در نهایت تعداد ۶۸ مقاله علمی منتشر شده در ۱۶ نشریه اختصاصی رشته حسابداری (جدول ۱)، در بازه زمانی پژوهش که با کلیدواژه مسئولیت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی انتشار یافته‌اند، انتخاب شدند. همچنین بدلیل نداشتن دانش افزایی لازم، از افشاء اطلاعات آماری نشریات مرتبط با هر بُعد یا مقوله‌های مرتبط با آنها اجتناب شده و صرفاً در جداول (۱)، (۳)، (۵)، (۷) به ارائه و افشاء تعداد مقاله‌ها و درصد تشکیل‌دهنده مقوله‌های فرعی هر بُعد اکتفاء شده است.

جدول ۱- تعداد مقاله‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی در نشریه‌های
مورد تأیید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در بازه زمانی (۱۳۹۵-۱۳۹۹)

ردیف	عنوان نشریه	صاحب امتیاز	رتبه نشریه	سال شروع به کار	تعداد مقاله‌های منتشر شده	تعداد مقاله‌های مسئولیت اجتماعی نشریه منتشر شده	درصد تشکیل دهنده مقاله‌های مسئولیت اجتماعی
۱	بررسی‌های حسابداری و حسابرسی	دانشگاه تهران	علمی پژوهشی	۱۳۷۹	۱۵۲	۳	۱.۹۷٪
۲	پژوهش‌های کاربردی در گزاره شگری مالی	مرکز تحقیقات تخصصی حسابداری و حسابرسی سازمان حسابرسی	علمی پژوهشی	۱۳۹۵	۷۹	۳	۳.۸۰٪
۳	پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی	دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرکزی	علمی پژوهشی	۱۳۹۱	۱۸۴	۵	۲.۷۲٪
۴	تحقیقات حسابداری و حسابرسی	انجمن حسابداری ایران	علمی پژوهشی	۱۳۸۷	۱۹۸	۷	۳.۵۴٪
۵	حسابداری مدیریت	دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات	علمی پژوهشی	۱۳۹۰	۱۱۲	۱۰	۷.۵۸٪
۶	دانش حسابداری مالی	دانشگاه بین‌المللی امام خمینی	علمی پژوهشی	۱۳۹۳	۱۵۴	۶	۳.۹۰٪
۷	حسابداری ارزشی و رفتاری	دانشگاه خوارزمی با همکاری انجمن حسابداری مدیریت ایران	علمی پژوهشی	۱۳۹۵	۱۰۰	۳	۳.۰۰٪
۸	مطالعات تجربی حسابداری مالی	دانشگاه علامه طباطبائی	علمی پژوهشی	۱۳۹۱	۱۶۹	۱	۰.۵۹٪
۹	پژوهش‌های حسابداری مالی	دانشگاه اصفهان همکاری با دانشگاه‌های دیگر	علمی پژوهشی	۱۳۸۸	۱۴۱	۴	۲.۸۴٪
۱۰	پژوهش‌های تجربی حسابداری	دانشگاه الزهراء	علمی پژوهشی	۱۳۹۱	۲۲۵	۶	۲.۶۷٪
۱۱	پیشرفت‌های حسابداری	دانشگاه شیراز	علمی پژوهشی	۱۳۷۸	۹۴	۱	۱.۰۶٪
۱۲	حسابداری دولتی	دانشگاه پیام نور	علمی پژوهشی	۱۳۹۴	۸۴	۰	۰.۰۰٪
۱۳	دانش حسابداری	دانشگاه شهید باهنر کرمان با همکاری انجمن حسابداری ایران	علمی پژوهشی	۱۳۸۸	۱۵۰	۳	۲.۰۰٪
۱۴	دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت	انجمن حسابداری مدیریت ایران	علمی پژوهشی	۱۳۹۱	۲۸۷	۸	۲.۷۹٪
۱۵	مطالعات حسابداری و حسابرسی	انجمن حسابداری ایران	علمی پژوهشی	۱۳۹۰	۱۴۰	۵	۳.۵۴٪
۱۶	حسابداری مالی	دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه	علمی پژوهشی	۱۳۹۱	۸۳	۳	۳.۶۱٪
		جمع کل			۲۳۷۲	۶۸	۲.۸۷٪

۲-۴. روایی و پایایی پژوهش

گوبا^۱ و لینکلن^۲ (۱۹۸۹) مفهوم قابلیت اعتماد را به عنوان معیاری برای جایگزینی روایی و پایایی مطرح کردند تا به کمک آن دقت علمی را در پژوهش کیفی مورد ارزیابی قرار دهند. در جهت تأیید استحکام داده‌ها در پژوهش‌های کیفی، بایستی به قابلیت اعتبار (مقبولیت)، قابلیت انتقال، قابلیت اتکاء و قابلیت تأیید آنها توجه نمود.

1. Guba
2. Lincoln

● با توجه به اینکه تمامی مقالات استفاده شده در این پژوهش از نشریات معتبر علمی رشته حسابداری بوده‌اند و فرایند پذیرش آنها به صورت کاملاً علمی و براساس دانش‌افزایی صورت گرفته و تمامی محققان مقالات از اساتید مطرح این رشته می‌باشند، در نتیجه قابلیت اعتماد در مورد اعتبار مقالات کاملاً مشهود است.

● به منظور کنترل کیفیت یافته‌های پژوهش و تدقیق لازم، جدول نهایی یافته‌ها که مشتمل بر مقوله‌های اصلی، مقوله‌های فرعی و زیرمقوله‌ها است، در اختیار ۱۲ نفر از دانشجویان دوره دکتری حسابداری و مهندسی مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم قرار گرفت تا از طریق بررسی همتایی، طبقه‌بندی مفاهیم را کنترل کرده و در خصوص آنها اظهار نظر نمایند (جدول ۲).

جدول ۲- افراد شرکت‌کننده در فرایند بررسی همتایی

تعداد دانشجویان دکتری رشته مهندسی مالی	تعداد دانشجویان دکتری رشته حسابداری
۶	۶

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. بُعد اقتصادی مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکتی

پس از گزینش مقاله‌های مرتبط با مبحث مسئولیت اجتماعی شرکتی و بکارگیری روش پژوهش تحلیل محتوای کیفی، به تجزیه و تحلیل آنها پرداخته شد. آنگونه که در جدول (۱) گزارش شده است، از مجموع ۲۳۷۲ مقاله بررسی شده، تعداد ۶۸ مقاله با موضوع پژوهش حاضر مرتبط شناخته شد که با مطالعات عمیق، در نهایت در سه گروه، دسته‌بندی شد که عبارتند از ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی. همانطور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود، بیش از ۵۰٪ (۳۸ مقاله) مطالعات صورت گرفته در بازه زمانی مورد مطالعه پژوهش حاضر، از نظر تعداد کمی مقالات به بُعد اقتصادی اختصاص دارد که به نظر می‌رسد در دسترس بودن اطلاعات اقتصادی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، از عمده دلایل آن است. از سوی دیگر، یافته‌های پژوهش حاکی از توجه ویژه محققان به بررسی ارتباط بین عملکردها و پارامترهای اقتصادی ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی است (جدول ۴). در این رویکرد مباحثی همچون ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و ارزش افزوده اقتصادی، کاهش هزینه‌ها، بازده سهام، سقوط سهام و... مورد بررسی قرار گرفته است، از دیگر رهیافت‌های پژوهش، گستردگی در موضوعات (مقوله‌های فرعی) این رویکرد است، به صورتی که علی‌رغم فزونی در تعداد مطالعات ابعاد اقتصادی نسبت به سایر ابعاد، بُعد اقتصادی دارای رتبه دوم از منظر تنوع موضوعی است

۸) مقوله فرعی) که می‌تواند نشان‌دهنده خلاءهای پژوهشی در این بُعد باشد.

جدول ۳- تعداد مقاله‌های مرتبط با رویکرد اقتصادی ایفای مسئولیت اجتماعی

ردیف	شرح مقوله‌های فرعی	تعداد مقاله‌ها	درصد تشکیل‌دهنده هر گروه
۱	ارتباط بین عملکرد مالی شرکت‌ها و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۲۵	۶۵.۷۹٪
۲	ارتباط بین کیفیت گزارشگری و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۳	۷.۸۹٪
۳	ارتباط بین رتبه‌بندی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی	۲	۵.۲۶٪
۴	ارتباط بین مالیات و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۲	۵.۲۶٪
۵	ارتباط بین عوامل و سطح افشاء با مسئولیت اجتماعی شرکتی	۲	۵.۲۶٪
۶	ارتباط بین نمایندگی و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۲	۵.۲۶٪
۷	ارتباط بین چرخه‌ی عمر و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۲.۶۳٪
۸	ارتباط بین منابع نامشهود و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۲.۶۳٪
	جمع کل	۳۸	۱۰۰٪

جدول ۴- ارتباط بین مقوله‌های اقتصادی با ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

مقوله‌های اقتصادی ایفاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها										
مقوله فرعی	ارتباط با عملکرد مالی			ارتباط با کیفیت گزارشگری	ارتباط با رتبه‌بندی	ارتباط با مالیات	ارتباط با عوامل و سطح افشاء	ارتباط با نمایندگی	ارتباط با چرخه‌ی عمر	ارتباط با منابع نامشهود
	ارزش افزوده اقتصادی	مالکیت نهادی	هموارسازی سود							
زیرمقوله‌ها	نوآوری	تهدای	سود	عملکرد مالی	ارزش افزوده اقتصادی	عوامل اقتصادی، ویژگی‌های شرکت و عوامل راهبردی شرکتی	عدم تقارن اطلاعاتی	بلوغ چرخه عمر	عملکرد مالی	عملکرد مالی
	کیفیت سود	کاهش هزینه	سود هر سهم	عملکرد مالی	کارایی بازار سرمایه	ارزش شرکت	اطلاعاتی		مسئولیت پذیری اجتماعی	عملکرد مالی
	چسبندگی هزینه	نرخ بازدهی دارایی‌ها	پایداری اجتماعی	مقوله‌های کیفیت گزارشگری مالی	میزان بازده	ارزش شرکت	اطلاعاتی			
	سطح زنگه دانشت وجه نقد	سرمایه گذاری	توسعه بازار	عملکرد مسئولیت اجتماعی	بازده سهام	ارزش شرکت	اطلاعاتی			
	سقوط قیمت	خودشیفتگی مدیران	ورسختگی	عملکرد مسئولیت اجتماعی	میزان بازده	ارزش شرکت	اطلاعاتی			
	ارزش بازار	پایداری سود	سقوط قیمت سهام	عملکرد مسئولیت اجتماعی	میزان بازده	ارزش شرکت	اطلاعاتی			

۵-۲. بُعد اجتماعی مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکتی

بُعد اجتماعی با داشتن ۲۷ پژوهش علمی که از نظر تعداد مقاله‌های انتشار یافته، بعد از بُعد اقتصادی قرار گرفته است، تمرکز خود را بر جنبه‌های اجتماعی ایفاء مسئولیت اجتماعی معطوف کرده و به دنبال کسب شناخت بیشتر از تاثیرگذاری عواملی همچون انتخاب حسابرس، حاکمیت شرکتی، شناسایی شاخص‌ها، گزارشگری پایداری و... تمرکز خود را بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها است.

در جدول (۵) اطلاعات مربوط به تعداد مقاله‌ها و درصد تشکیل‌دهنده هر مقوله فرعی بُعد اجتماعی نشان داده شده است.

در جدول (۶) نیز مقوله‌های اصلی، فرعی و زیرمقوله‌های این بُعد به تصویر کشیده شده است، گستردگی موضوعات بررسی شده پژوهش‌های پیشین نشان‌دهنده این است که این رویکرد با ۱۲ مقوله فرعی، بیشترین سهم را در موضوعات گوناگون مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی، به خود اختصاص داده است.

جدول ۵- تعداد مقاله‌های مرتبط با رویکرد اجتماعی ایفای مسئولیت اجتماعی

ردیف	شرح مقوله‌های فرعی	تعداد مقاله‌ها	درصد تشکیل‌دهنده هر گروه
۱	ارتباط بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱۱	۴۰.۷۴٪
۲	ارتباط بین انتخاب حسابرس و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی	۳	۱۱.۱۱٪
۳	شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی	۳	۱۱.۱۱٪
۴	ارتباط بین کمیته حسابرسی و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۲	۷.۴۱٪
۵	ارتباط بین پیاده‌سازی حسابداری تعهدی در سازمان‌های عمومی با مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۳.۷۰٪
۶	چهارچوب مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۳.۷۰٪
۷	ارتباط بین سرمایه فکری و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۳.۷۰٪
۸	ارتباط بین عدم تقارن اطلاعاتی و ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۳.۷۰٪
۹	ارتباط بین گزارشگری پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۳.۷۰٪
۱۰	ارتباط بین رویکرد انتقادی حسابداری و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۳.۷۰٪
۱۱	ارتباط بین گزارشگری اسلامی و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۳.۷۰٪
۱۲	صنعت بانکداری و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۳.۷۰٪
	جمع کل	۲۷	۱۰۰٪

جدول ۶- ارتباط بین مقوله‌های اجتماعی با ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

مقوله‌های اجتماعی ایفاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها										
مقوله فرعی	ارتباط با حاکمیت شرکتی			ارتباط با انتخاب حسابرسان	شاخص‌های مسئولیت اجتماعی	ارتباط با کمیته حسابرسان اجتماعی	ارتباط با هیات مدیره	ارتباط با هیات مدیره	ارتباط با هیات مدیره	ارتباط با هیات مدیره
	ارتباط با حاکمیت شرکتی	ارتباط با حاکمیت شرکتی	ارتباط با حاکمیت شرکتی							
زیر مقوله‌ها	ارزش شرکت	نگهدارند	خوشبینی	شهرت	ارزش	پیش‌بینی	کنندگی	اطلاعات	کیفیت	شناختن
	وجه نقد	مدیریت	حسابرسی	حسابرسی	ویرگیهای	حسابرسی	بهبود	پاسخگویی	پایداری	ساختاری
زیر مقوله‌ها	توجه‌دلت	توجه‌دلت	توجه‌دلت	توجه‌دلت	توجه‌دلت	توجه‌دلت	توجه‌دلت	توجه‌دلت	توجه‌دلت	توجه‌دلت
	توجه نقد	توجه نقد	توجه نقد	توجه نقد	توجه نقد	توجه نقد	توجه نقد	توجه نقد	توجه نقد	توجه نقد
زیر مقوله‌ها	استقلال	تنوع	تنوع	تنوع	تنوع	تنوع	تنوع	تنوع	تنوع	تنوع
	هیئت مدیره	هیئت مدیره	هیئت مدیره	هیئت مدیره	هیئت مدیره	هیئت مدیره	هیئت مدیره	هیئت مدیره	هیئت مدیره	هیئت مدیره
زیر مقوله‌ها	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی
	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی	عدالت مالیاتی

۳-۵. بُعد سیاسی مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکتی

نداشتن استانداردهای واحد و سیاست‌گذاری‌های مشخص، مدون و دارای ضمانت اجرا، سبب رفتار سلیقه‌ای شرکت‌ها در ایفاء مسئولیت اجتماعی شده، بگونه‌ای که فاقد ضمانت اجرا است. همانطور که حیدری‌نژاد و جمشیدی نوید (۱۳۹۶) اشاره نموده‌اند، نبود استاندارد پذیرفته شده مورد توافق همه ذی‌نفعان کلیدی برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی، نه‌تنها برای تعیین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها چالش اساسی ایجاد نموده است، بلکه موجب مسکوت ماندن بسیاری از پژوهش‌هایی شده که می‌توانستند به اجرا درآیند، اما با نبود استاندارد واحد و اجباری، این امر میسر نشده است. لذا، با توجه به یافته‌های پژوهش، رویکرد سیاسی که به بررسی اثرات ناشی از نبود استاندارد و ارتباطات سیاسی بر ایفاء مسئولیت اجتماعی در جامعه آماری پژوهش می‌پردازد، تنها دارای ۲ مقاله انتشار یافته و کمترین مقوله فرعی و زیرمقوله بوده و صرفاً شامل ۲ مورد می‌باشد که جداول (۷ و ۸) به ترتیب به اطلاعات تعداد مقاله‌ها و تحلیل محتوای آنها می‌پردازند. پژوهش‌های بسیار اندک این رویکرد، بیانگر نیاز بیش از پیش به پژوهش در این بُعد است.

جدول ۷- تعداد مقاله‌های مرتبط با رویکرد سیاسی ایفای مسئولیت اجتماعی

ردیف	شرح مقوله‌های فرعی	تعداد مقاله‌ها	درصد تشکیل‌دهنده‌ی هر گروه
۱	استانداردهای گزارشگری و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۵۰٪
۲	ارتباطات سیاسی و مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱	۵۰٪
	جمع کل	۲	۱۰۰٪

جدول ۸- ارتباط بین مقوله‌های سیاسی با ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

مقوله‌های سیاسی ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها		
مقوله فرعی	ارتباط با استانداردهای گزارشگری مسئولیت اجتماعی	ارتباط با روابط سیاسی
زیرمقوله‌ها	استانداردهای گزارشگری مسئولیت اجتماعی	ارتباطات سیاسی در بازارهای رقابتی

۶. نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تجربی تعداد و محتوای مقاله‌های انتشار یافته در حوزه حسابداری و سپس تحلیل محتوای آنها در زمینه مسئولیت اجتماعی بود. یافته‌های این مطالعه نشان دادند که ۳۸ مورد از ۶۸ مقاله انتشار یافته، بررسی اثرات اقتصادی را کانون توجه خود قرار داده و چگونگی تاثیرگذاری ایفاء مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها، بویژه عملکرد مالی آنها را مورد پژوهش قرار داده‌اند. این در حالی است که سهم تعداد مقاله‌ها در بُعد اجتماعی ایفاء مسئولیت اجتماعی، اگرچه کمتر از مقاله‌های منتشر شده در بُعد اقتصادی بوده، اما در گستردگی موضوعی با داشتن ۱۲ مقوله فرعی، دارای سهم بیشتری نسبت به آن است. همچنین نبود استاندارد واحد و اجباری در خصوص مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها، باعث شده تا بُعد سیاسی که به دنبال شناخت تاثیرات ناشی از نبود استانداردهای الزام‌آور و ارتباطات سیاسی بر مسئولیت اجتماعی است، از کمترین استقبال ممکن برخوردار باشد و تنها با تعداد ۲ مقاله (۲ مقوله فرعی) در زمره کم اهمیت‌ترین رویکردها از دیدگاه محققان باشد. در بین نشریه‌های تخصصی حسابداری مورد تایید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، نشریه حسابداری مدیریت^۱ با انتشار ۱۰ مقاله در زمینه مسئولیت اجتماعی، بیش از ۷/۵٪ از تعداد مقاله‌های خود و ۱۵٪ از مقاله‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی را در بازه ۵ ساله در بین نشریه‌های انتخاب شده، اختصاص داده و از این حیث دارای بیشترین پژوهش می‌باشد. از سوی دیگر، نشریه حسابداری دولتی^۲ با عدم انتشار مقاله‌ای در زمینه مورد بحث، عنوان کمترین آمار پژوهشی را میان سایر نشریات به خود اختصاص داده است.

در بُعد اقتصادی آنگونه که قبلاً اشاره شد، بیشتر محققان به دنبال کشف ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتی با عملکرد مالی آنها بوده و به بررسی اثرات موضوعاتی همچون بازده سهام، سود هر سهم، ورشکستگی، کاهش هزینه و... در نتیجه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها

۱. صاحب امتیاز: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

۲. با همکاری مشترک دانشگاه پیام نور و انجمن علمی مالی اسلامی ایران

پرداخته‌اند. در بُعد اجتماعی بیشترین توجه مطالعات پیشین بر ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی با حاکمیت شرکتی و موضوعاتی مانند اثرگذاری خوش‌بینی مدیریت، بدبینی مدیریت، استقلال اعضا هئیت مدیره و... بر مسئولیت اجتماعی معطوف بوده است.

علی‌رغم تاثیرات مثبت و اثبات شده نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر بهبود عملکردهای مالی و غیرمالی سازمان‌ها در بسیاری از پژوهش‌های داخلی و خارجی، نبود استاندارد واحد برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی از یک سو و رفتار سلیقه‌ای مدیران شرکت‌ها در گزارش فعالیت‌های اجتماعی و زیست محیطی از سوی دیگر سبب شده تا کمبود اطلاعات در این خصوص ایجاد شده، که در نتیجه پژوهش در زمینه مسئولیت اجتماعی را با دشواری‌هایی همراه ساخته است. در پایان با عنایت به ضرورت پژوهش‌های بیشتر، به نظر می‌رسد مسائلی همچون عوامل و ارزش‌های فرهنگی جامعه، راهکارهای گزارشگری مسئولیت اجتماعی، فرهنگ سازمانی، نقش فعالیت‌های نوآورانه^۱، تاثیر دانش ضمنی مدیران، تاثیر ساختار سرمایه، نقش آموزش، بررسی رابطه ریسک تجاری شرکت‌ها و چالش‌های اجرایی در ایفاء مسئولیت اجتماعی، از جمله موضوعات مناسبی است که می‌تواند مدنظر دانش‌پژوهان قرار گیرد.

۷. پیشنهادها

با عنایت به یافته‌ها و نتایج حاصل از پژوهش، پیشنهاد می‌شود تا در مطالعات آینده، موارد زیر مدنظر قرار گیرد:

- پژوهش در خصوص شناسایی الگوهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، متناسب با هر صنعت در شرکت‌های پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران؛
- پژوهش در خصوص ایدئولوژی‌های اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارتباط آن با عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های پذیرفته شده بازار بورس اوراق بهادار تهران؛
- بررسی فلسفی تاثیرات تئوری‌های رایج حسابداری (مانند ذی‌نفعان، علامت‌دهی و...) بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها؛
- انجام پژوهش‌های تطبیقی جهت شناخت جریان‌های فکری مطالعات مسئولیت اجتماعی در سایر کشورهای مسلمان؛

۱. نوآوری در ایفاء مسئولیت اجتماعی را می‌توان با یک مثال کاربردی بیان کرد، کاشت درخت توسط شرکت تولیدکننده لوازم‌التحریر (مداد).

۸. محدودیت‌های پژوهش

محدودیت‌های پژوهش در مورد مسئولیت اجتماعی، آنگونه که حیدری‌نژاد و جمشیدی نوید (۱۳۹۶) اشاره کرده‌اند، نبود استاندارد پذیرفته شده مورد توافق همه ذی‌نفعان کلیدی برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی است که نه تنها برای تعیین میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها چالش اساسی ایجاد نموده است، بلکه برای پژوهش‌های بیشتر و کیفی‌تر در خصوص مسئولیت اجتماعی نیز محدودیت ایجاد می‌نماید که شامل پژوهش حاضر هم است.



منابع

- ابیضی، عیسی؛ برادران حسن‌زاده، رسول؛ نامور، رامین (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با تأکید بر رقابت بازار محصول. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۹(۳۳)، ص ۳۲۵-۳۰۱.
- اصلانی، عظیم؛ خدابخشی، نسرين؛ حسین‌پور، غلامرضا (۱۳۹۳). بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی بر کیفیت سود شرکت‌های گروه محصولات شیمیایی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دز: اولین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی*.
- برزگر، قدرت‌اله؛ حسن نتاج کردی، محسن؛ ملکی، دنیا (۱۳۹۸). بررسی اثر ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۶(۱)، ص ۳۸-۱۹.
- بیابانی، میلاد؛ لشگری، زهرا؛ یعقوب‌نژاد، احمد؛ حیدرپور، فرزانه (۱۳۹۹). تبیین رابطه رتبه‌بندی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و یجئو با عملکرد مالی و ارزش شرکت. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۹(۳۴)، ص ۱۵۶-۱۴۵.
- جهانشاد، آریتا؛ حسینی‌الاصل، محسن (۱۳۹۸). ضرورت گسترش سطح افشاء و توسعه گزارش‌های مالی در بستر حسابداری اسلامی. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۱۱(۴۴)، ص ۲۴۹-۲۱۷.
- حاجیها، زهرا؛ شاکری، عبدالرضا (۱۳۹۸). بررسی حاکمیت شرکتی، افشای مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۱۱(۴۴)، ص ۱۹۲-۱۷۵.
- حاجیها، زهرا؛ قیلاوی، منی؛ مرادی، زهرا؛ خان‌محمدی، محمدحامد (۱۳۹۹). ارائه چشم‌انداز جدید برای نقش منابع نامشهود در استراتژی‌های کسب‌وکار و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۹(۳۴)، ص ۱۹۲-۱۶۳.
- حساس یگانه، یحیی؛ بولو، قاسم؛ رضانی، شهرزاد (۱۳۹۸). الگویی برای تأثیر ابعاد منتخب مسئولیت اجتماعی شرکت بر اجتناب و فرار مالیاتی. *دانش حسابداری مالی*، ۱۱(۴۲)، ص ۱۳۰-۱۱۱.
- حیدری‌نژاد، قدرت‌اله؛ جمشیدی نوید، بابک (۱۳۹۶). گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت: چالش‌های استانداردگذاری و خدمات اطمینان‌بخش. *مطالعات حسابداری و حسابرسی*، شماره ۳۴، ص ۹۸-۸۳.
- خنیفر، حسین؛ مسلمی، ناهید (۱۳۹۵). اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی. انتشارات نگاه دانش، ج ۱.
- خواجوی، شکراله؛ اعتمادی جوربابی، مصطفی (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و گزارشگری آن. *حسابداری سلامت*، پیاپی ۱۲، ص ۱۰۴-۱۲۳.
- دیگان، کریگ؛ آرمین، جفری (۱۳۹۰). *تئوری حسابداری مالی*. ترجمه علی پارسائیان. تهران: انتشارات ترمه.
- رضانزاده، جواد؛ یاراحمدی، جاوید (۱۳۹۸). رابطه چرخه عمر و مسئولیت اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیلی منابع مالی. *دانش حسابداری*، ۱۰(۳۸)، ص ۸۷-۶۹.
- رضانی، فرزین؛ گلزاریان‌فر، سمیرا (۱۳۹۹). تأثیر توسعه بازار سهام بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. *تحقیقات حسابداری و حسابرسی*، شماره ۴۶، ص ۹۶-۸۱.
- رضوانی، روح‌اله (۱۳۸۹). تحلیل محتوا. *عیار پژوهش در علوم انسانی*، شماره ۳، ص ۱۵۶-۱۳۷.
- شاه‌ویسی، فرهاد؛ موسوی، سید احمد؛ رضایی، فرزین (۱۳۹۷). تبیین الگوی ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و تأثیر آن بر کیفیت سود. *تحقیقات حسابداری و حسابرسی*، شماره ۳۹، ص ۱۸۸-۱۶۷.
- فغانی ماکرانی، خسرو؛ صفاخواه، ابوالفضل؛ فاضلی، نقی (۱۳۹۹). مقایسه تأثیر مدل‌های مختلف افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی بر کاهش محدودیت‌های مالی شرکت‌ها. *پژوهش‌های کاربردی در حسابداری مالی*، ۹(۱۶)، ص ۱۹۲-۱۶۳.

- کاشانی‌پور، محمد؛ کاظم‌پور، مرتضی؛ اسماعیل بیگی، فروغ (۱۳۹۷). مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت بانکداری کشورهای مختلف جهان. *مطالعات حسابداری و حسابداری*، شماره ۲۷، ص ۳۴-۱۹.
- گلریزان‌فر، سمیرا؛ رضائی، فرزین (۱۳۹۹). تاثیر توسعه بازار سهام بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. *تحقیقات حسابداری و حسابداری*، شماره ۴۶، ص ۸۱-۹۶.
- نمازی، محمد؛ جعفری، زهرا (۱۳۹۸). بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگی هزینه نمایندگی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۹(۳۴)، ص ۱۶۹-۱۹۹.
- نمازی، محمد؛ رجب‌دُری، حسین (۱۳۹۶). بررسی تعداد و تحلیل محتوای مقاله‌های مرتبط با اخلاق حرفه‌ای حسابداری در ایران. *پیشرفت‌های حسابداری*، ۹(۷۳)، ص ۲۲۶-۱۹۳.
- نوندورف، کیمبرلی ای. (۱۳۹۵). *راهنمای تحلیل محتوا*. ترجمه حامد بخشی. مشهد: جهاد دانشگاهی.
- وکیلی‌فرد، حمیدرضا؛ ضیا، فرناز؛ صراف، فاطمه (۱۳۹۹). تاثیر گزارشگری پایداری بر کاهش عدم تقارن اطلاعاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *حسابداری مدیریت*، ۱۳(۴۶)، ص ۱۳۵-۱۲۱.
- Galbreath, J. (2010). How does Corporate Social Responsibility Benefit Firms? Evidence from Australia. *European Business Review*, 22(4), p.411-431.
- Giannarakis, G. (2013). The determinants influencing the extent of CSR disclosure. *International Journal of Law and Management*, 56(5), p.393-416.
- Guba, E.G. & Lincoln, Y.S. (1989). *Fourth generation evaluation*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hackston, D. & Milne, M.J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9(1), p.77-108.
- Johnson, B.R., Connolly, E. & Carter, T.S. (2010). Corporate social responsibility: The role of fortune 100 companies in domestic and international natural disasters. *Journal of Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(6), p.352-369.
- McKinley, A. (2008). *The drivers and performance of corporate environmental and social responsibility in the canadian mining industry*. Master Thesis. University of Toronto.